



1. **La Formula 1**  
*le rosse in pole position*
2. **Champions League**  
*il Milan campione d'Europa*
3. **Ciclismo**  
*le grandi competizioni su Rai Sport*
4. **90° minuto**

## **Diritti Sportivi**

La **Direzione Diritti Sportivi** ha la missione di acquisire i diritti di sfruttamento delle manifestazioni sportive per tutto il Gruppo Rai. Ciò comporta non solo l'alimentazione del piano di trasmissione di Rai Sport e Rai Sport più, ma anche del palinsesto radiofonico, del palinsesto di Rai International, del portale di RaiNet nonché la soddisfazione di tutte le esigenze degli editori interessati al prodotto sportivo.

La Direzione ha concluso nel 2007 circa trecentosessanta contratti, alcuni dei quali di grande interesse strategico sotto il profilo editoriale. In particolare ci si riferisce all'acquisizione e allo sfruttamento delle manifestazioni internazionali di calcio, quali Ucraina-Italia e Scozia-Italia relative alla Qualificazione agli Europei 2008, la Supercoppa Europea, il rinnovo dell'accordo con la Federazione Italiana Giuoco Calcio per la trasmissione esclusiva di tutte le gare ufficiali e amichevoli della Nazionale A e dell'Under 21, il rinnovo dei diritti relativi al Campionato Italiano di calcio di Serie C e Serie D e la Supercoppa di Lega.

L'attività di acquisizione ha riguardato, inoltre, anche altri eventi sportivi di rilevanza internazionale, quali i Campionati Europei di Atletica, l'NCAA, ovvero il basket dei College Americani, con l'acquisizione – in esclusiva – di una partita a settimana della regular season oltre ad alcune partite della March Madness inclusa la Final Four.

Per la prima volta è stata trasmessa la Major League di Baseball Americano.

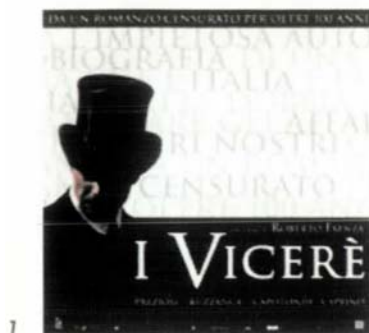
Un particolare impegno è stato profuso poi per gli accordi con le Federazioni e le Leghe dei cosiddetti 'sport minori' ai fini dell'acquisizione dei diritti dei Campionati Italiani, permettendo la costituzione di un importante bacino di prodotti televisivi che vanno ad arricchire il contenitore di Rai Sport Sat che, come è noto, è diffuso anche sulla piattaforma del digitale terrestre e risponde alla missione della Rai in qualità di concessionaria del Servizio Pubblico radiotelevisivo.

L'attività di acquisizione si è focalizzata, da un lato, sull'obiettivo del contenimento dei costi che ha determinato considerevoli risparmi rispetto al budget assegnato, dall'altro sull'acquisizione dei diritti di trasmissione per tutte le piattaforme per le quali la Rai possiede il titolo abilitativo (IPTV, DVBH, Internet) nonché dei diritti esteri ai fini della loro commercializzazione da parte della controllata Rai Trade.

Per quanto riguarda la trasmissione televisiva, le acquisizioni sportive hanno alimentato, escludendo le repliche, circa 1.300 ore di programmazione terrestre e circa 3.000 ore di programmazione satellitare, assicurando la copertura di pressoché tutto il panorama sportivo nazionale e buona parte di quello internazionale ritenuto di interesse editoriale.

Da ultimo segnaliamo che tra le dieci trasmissioni televisive con maggior audience andate in onda nel 2007 sulle reti nazionali, figurano ben quattro eventi trasmessi in virtù di accordi stipulati dalla Direzione Diritti Sportivi.

1. *I Vicerè*
2. *La giusta distanza*
3. *La Bussola D'oro*
4. *Notte prima degli esami*
5. *Le Vite degli Altri*



## Rai Cinema

Le principali attività di **Rai Cinema** vanno dall'acquisizione dei diritti televisivi per conto delle reti Rai, alla produzione cinematografica e alla distribuzione theatrical e home video, attraverso la controllata **01 Distribution**.

Le politiche acquisitive della società nel 2007 sono state influenzate dagli importanti sviluppi verificatisi nel panorama audiovisivo italiano e internazionale, nonché dal consolidamento di strategie di palinsesto, già identificate l'anno passato.

Rai Cinema in questo senso ha impostato le proprie strategie di acquisto tenendo conto del progressivo spostamento del baricentro d'interesse verso le serie tv, a discapito dei grandi film, il cui rapporto tra prezzo richiesto e relativa prestazione televisiva, a causa dei forti sfruttamenti antecedenti alla free tv, si è confermato meno vantaggioso rispetto al passato. Ciò ha portato a una ridefinizione del rapporto con alcuni dei suoi primari fornitori di riferimento e a considerare sotto nuova luce le varie opportunità alternative presenti sul mercato, anche con l'effettuazione di operazioni mirate di alto profilo.

In particolare la società ha stipulato un accordo triennale di esclusiva tale da garantire l'approvvigionamento delle nuove serie tv realizzate da CBS fino al 2010, riuscendo a ottenere l'esclusiva del passaggio free tv antecedente a quello pay tv, al fine di salvaguardare il valore del primo passaggio Rai.

A ciò si aggiungono le nuove stagioni di *Navy Ncis* (la serie di maggior successo di RaiDue), *Jericho* e *Medium*, mentre da Disney, altro partner di riferimento, *Private Practice* (spin-off di *Grey's Anatomy*) e *Army Wives* - due serie tra quelle di maggior richiamo del 2007 - oltre alle nuove stagioni di *Criminal Minds*, *Ghost whisperer*, *Desperate housewives*, *Brothers and sisters* e *Lost*.

Quanto al prodotto cinematografico, Rai Cinema si è concentrata su titoli a marchio Disney propriamente detto (lungometraggi e serie d'animazione), tra cui *Incredibles*, *Chicken Little*, *Koda fratello orso*, classici quali *Aristogatti*, *Tarzan*, *Pocahontas* e su alcune repliche come *Pretty Woman* e *Sister Act*.

Le mutate condizioni di mercato hanno dunque determinato, per Rai Cinema, la necessità di rivolgere la propria attenzione su altre tipologie di prodotto: non solo, come detto, sulle serie tv Disney e CBS, ma anche su quelle europee, sui tv movie, sulle grandi library italiane e sul cinema proposto da distributori indipendenti.

Per ciò che riguarda il prodotto d'animazione, anche nel 2007 Rai Cinema ha svolto una costante attività di approvvigionamento, diretto alle pregiate fasce di programmazione per ragazzi. I mercati di riferimento hanno mantenuto un'offerta ricca e variegata, con un'attenzione rivolta a tutte le fasce d'età e con un utilizzo creativo delle più avanzate tecnologie di animazione. Da sottolineare il rinnovo della serie *Magic English* (Disney), espressa in forma di veri e propri corsi di apprendimento della lingua inglese.

Rai Cinema ha infine proseguito la politica di approvvigionamento, ormai consolidata, dei cosiddetti full rights, avviata nel 2001, volta all'acquisizione,

con riguardo a titoli di nazionalità estera opportunamente selezionati, di tutti i diritti di sfruttamento nel territorio italiano per un rilevante periodo di tempo.

Tale modalità acquisitiva ha consentito alla controllata 01 Distribution, di realizzare listini attrattivi, attraverso i quali è stato possibile veicolare nelle sale il cinema italiano di produzione, affiancandogli titoli di generi diversificati, per la maggior parte americani e di elevato appeal presso il pubblico.

Inoltre, il prodotto full rights risponde all'esigenza di razionalizzazione delle politiche acquisitive in un contesto di scarsità di risorse, in quanto consente l'individuazione e l'acquisizione dei prodotti 'case by case' e la costituzione di una library di titoli pregiati con periodo di licenza medio molto più elevato rispetto ai soli diritti televisivi. Tale politica di acquisto fornisce dunque un apporto significativo anche al soddisfacimento dei fabbisogni per la messa in onda televisiva.

Tra i titoli acquistati nel 2007 si segnalano: *He's just not that into you* di Ken Kwapis, con Jennifer Aniston, Scarlett Johansson e Ben Affleck; *The time traveler's wife* diretto da Robert Schwentke e interpretato da Eric Bana; l'attesissimo *Sex and the city: the movie* con le stesse protagoniste della famosa serie televisiva; *Killing Pablo* di Joe Carnahan, con Javier Bardem e Christian Bale; *Brothers* di Jim Sheridan, con Jake Gyllenhaal e Tobey Maguire; *Traveling* di Brandon Camp, con Jennifer Aniston e Joe Anderson.

Per quanto riguarda l'attività di produzione cinematografica il 2007 ha visto confermato e rafforzato il rapporto che si è stabilito in questi ultimi anni tra il cinema e la letteratura.



3



4



5

Tra i film usciti, ne danno dimostrazione *La masseria delle allodole* dei fratelli Taviani, presentato al Festival di Berlino 2007 e *Piano, solo* di Riccardo Milani.

Altro esempio, frutto felice di sinergie tra Rai Cinema e Rai Fiction, è stato *I viceré* di Roberto Faenza, tratto dall'omonimo grande classico di De Roberto, pensato in due versioni, una per il cinema (dove ha riscosso un buon successo, anche per una capillare diffusione nelle scuole) e una in due puntate per la televisione; formula questa già rivelatasi vincente per *La meglio gioventù* di Giordana.

Lo stesso stretto legame tra libri e film vale anche per alcuni dei progetti più prestigiosi sviluppati nel corso dell'anno, in produzione o in uscita per il 2008. *Caos calmo*, tratto dall'omonimo successo di Sandro Veronesi vincitore del Premio Strega, con un ricco cast (Nanni Moretti, Valeria Golino, Isabella Ferrari e Alessandro Gassman). Unico film italiano in concorso a Berlino 2008, ha riscosso un buon successo di pubblico nelle sale.

Il 2007 è stato l'anno delle riprese di *Bianco e nero* con Fabio Volo di Cristina Comencini, anch'esso uscito nei primi mesi del 2008 con un'ottima performance nelle sale e di *Colpo d'occhio* di Sergio Rubini con Riccardo Scamarcio, Vittoria Puccini e Rubini stesso.

Da ricordare, con particolare risalto, l'uscita di *Centochiodi* di Ermanno Olmi, un grandissimo maestro del cinema italiano: il film ha dato origine a un vero e proprio caso cinematografico, suscitando un ampio dibattito e ottenendo degli ottimi risultati al botteghino.

Sul fronte del cinema di esordio e sperimentale, l'uscita più importante del 2007 è stata *L'aria salata* di Alessandro Angelini, David di Donatello come migliore produttore dell'anno e migliore attore non protagonista a Giorgio Colangeli.

Il premio quale migliore regista esordiente è stato invece assegnato a Kim Rossi Stuart per *Anche libero va bene* sempre di produzione Rai Cinema.

Grande considerazione stanno assumendo da qualche anno i documentari e anche su questo fronte Rai Cinema è stata attiva nella scelta di temi in grado di parlare del reale e dell'attualità.

Nel corso del 2007 la collaborazione con Rai Teche ha portato alla produzione di *In fabbrica* di Francesca Comencini.

Il documentario è stato presentato al Torino Film Festival e ha vinto il premio Cipputi.

La descritta attività sul versante dei full rights e della produzione di opere a prioritario sfruttamento cinematografico ha consentito anche per il 2007 a 01 Distribution di attestarsi tra le prime cinque società di distribuzione, a testimonianza di listini forti di cui Rai Cinema ha dotato la società.

Il titolo cinematografico di maggior successo per 01 Distribution è stato *Notte prima degli esami oggi* con circa 13 milioni di Euro di incasso al botteghino; hanno fatto bene anche *Saw3*, *Le vite degli altri* - Oscar come migliore film straniero - e *Number 23*.

01 Distribution è stata altresì protagonista del Natale 2007 con il film d'animazione *Winx Club - Il segreto del regno perduto*, *L'amore ai tempi del colera* e soprattutto *La bussola d'oro*, terzo film più visto dopo le commedie italiane di De Sica e Pieraccioni.

*Rai Cinema, coniugando la qualità del prodotto con la capacità di generare ritorni economici, sostiene con orgoglio la produzione cinematografica italiana, riuscendo a investire su autori, giovani e meno giovani, che hanno creato la storia più recente del nostro cinema.*

#### Il prodotto di Rai Cinema sulle reti Rai

- 17% del palinsesto delle reti nell'intera giornata (per 4.371 ore)
- 27% del palinsesto in prima serata (per 584 ore)
- 581 'pezzi' con 373 collocazioni in prima serata

#### Film :

- 144 collocazioni in prima serata di cui:
  - 53 su RaiUno (19% di share)
  - 35 su RaiDue (9,2% di share)
  - 56 su RaiTre (8,9% di share)

#### Tv movie

- 11 serate estive su RaiUno con uno share medio del 19,7%
- 11 serate su RaiDue con uno share medio del 10%

#### Prodotto seriale:

- 207 serate
- 22,4% di share su RaiUno, 10,6% su RaiDue, 8,2 su RaiTre



## Rai Fiction

**Rai Fiction** è la struttura responsabile della produzione originale di fiction e cartoni animati per le reti del Gruppo Rai, generaliste e tematiche.

La fiction Rai, erede della grande tradizione dello sceneggiato televisivo, ha saputo rinnovarsi e divenire uno dei punti di forza dell'audiovisivo italiano, in grado di parlare al pubblico nazionale e di proiettarsi sui mercati esteri.

Attraverso una pluralità di linguaggi, la fiction di produzione Rai affronta con successo tematiche di attualità e sociali, a volte scottanti e difficili, storie biografiche di personaggi di spicco nella storia italiana, storie di personaggi minori ma capaci di entrare nel vissuto del pubblico, riuscendo, attraverso un'attraente e coinvolgente mediazione artistica, a raggiungere una platea molto ampia.

Strumento principale per la diffusione delle fiction di produzione Rai sono naturalmente i tre canali generalisti, ma i prodotti di fiction stanno divenendo sempre più un elemento cardine per il successo delle reti tematiche digitali, satellitari e terrestri.

La fiction Rai si è confermata, anche nel 2007, genere leader dell'offerta televisiva del nostro Paese, per quanto riguarda la quantità di prodotto, i risultati di ascolto e l'apprezzamento da parte della critica e dei festival internazionali.

Nel 2007 si è tenuta a Roma la prima edizione del Roma International Fiction Fest, aperto dalla proiezione della fiction *Caravaggio*.

Uno dei premi più prestigiosi, quello per la miglior miniserie, è stato vinto dalla fiction Rai su *Giuseppe Moscati*.

Grazie alla collaborazione tra Rai Fiction e l'Istituto Italiano di Cultura di New York, sono state presentate nelle più importanti Università di New York (Columbia University, New York University e CUNY Graduate Center) due rassegne di fiction Rai, alla presenza di un pubblico qualificato di accademici e appassionati della cultura italiana.

Il ruolo della fiction è stato particolarmente importante per quanto riguarda RaiUno, con oltre 100 serate di fiction in prima visione e una media di ascolto complessiva di 6 milioni di spettatori (24% di share), a cui vanno aggiunte ben 34 prime serate di fiction in replica.

Un risultato importante per confermare la supremazia di RaiUno sulla principale rete della concorrenza, la cui fiction di produzione si è fermata, su 93 serate, al 21,5% di share.

Dei cento programmi di prima serata più visti in Italia nel 2007, tra tutti i generi e su tutte le reti, la fiction Rai ha occupato ben 39 serate.

Anche il 2006 era stato per la fiction Rai un'ottima annata. Eppure le serate di fiction Rai nella top 100 si erano fermate al risultato, peraltro importante, di 29.

Sempre netta l'affermazione della fiction Rai rispetto alla concorrenza: delle cento serate di fiction di maggiore ascolto dell'anno ve ne sono 70 della Rai.

L'offerta di prima serata si è accompagnata a quella di daytime, con la conferma di programmi seriali ormai cult, come la soap *Un posto al sole* che ha superato la boa delle 2.500 puntate

con un record di ascolti, e la partenza di altre produzioni in particolare per quanto riguarda il settore delle sitcom.

Oltre al successo di ascolto, che testimonia il gradimento costante del pubblico, la fiction Rai ha ottenuto numerosi premi e riconoscimenti in Festival internazionali, a testimonianza della qualità della produzione di fiction italiana.

Il 2007 si inserisce in una lunga fase di crescita del comparto italiano della fiction, che si è realizzata con specifici incentivi statali, e che ha avuto nella Rai il motore sin dal 1996.

La fiction Rai si caratterizza per una pluralità di interlocutori, di linguaggi e formati produttivi.

Rai Fiction, in aderenza alle normative europee e italiane per la promozione dell'audiovisivo indipendente, utilizza un ampio ventaglio di società di produzione esterne per la realizzazione del prodotto, si rivolge ai migliori autori e interpreti di cinema e televisione, presenta al proprio pubblico un'offerta articolata di programmi, dal Tv-movie alla lunga serialità, dal poliziesco al melò.

La maggior parte delle produzioni di Rai Fiction sono destinate alla messa in onda su RaiUno e si rivolgono alla grande platea televisiva della rete ammiraglia Rai.

Più di un terzo della programmazione prime time di RaiUno è composto da fiction, con risultati di ascolto molto buoni.

Al di là degli ascolti, la fiction di RaiUno è quella dei grandi eventi televisivi, come *L'Inchiesta*, *Chiara e Francesco*, *Il figlio della luna*, *La terza verità*: storie che propongono valori civili e stimoli alla riflessione e alla crescita culturale.



**1. Butta la luna****2. Chiara e Francesco****3. Guerra e Pace****4. L'inchiesta****5. Raccontami**

Il 2007 è stato l'anno di *Guerra e Pace*, la più grande produzione televisiva europea degli ultimi anni, promossa dalla Rai, che ha coinvolto le televisioni francese, tedesca, spagnola, polacca e russa.

Più di sei milioni di spettatori in Italia, e almeno altri venti in tutta Europa, hanno vissuto insieme le emozioni del grande romanzo di Tolstoj.

Un evento televisivo senza precedenti, per un prodotto non americano.

Particolarmente significativa nel 2007 è stata la conferma del successo delle serie, da quelle più sperimentate (e che tuttavia ogni volta ripartono da zero) come *Don Matteo* e *Un medico in famiglia*, ma soprattutto di quelle nuove.

E di un prodotto seriale, *Butta la luna*, una storia dai forti contenuti narrativi e di grande novità editoriale (a partire dalla scelta di una protagonista esordiente come Fiona May), il record degli ascolti dell'anno.

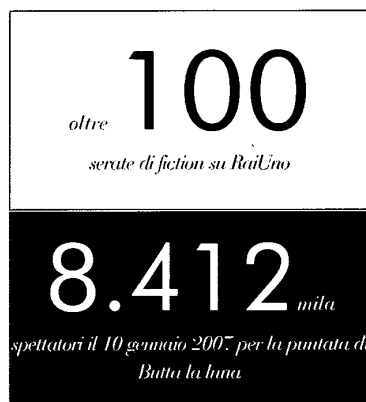
La fiction per RaiDue, destinata a un pubblico più giovane e metropolitano, si è caratterizzata per il genere poliziesco e per la sitcom di *Piloti* e *Sette vite*.

Nel corso del 2007 sono partite a Milano le riprese di una nuova serialità di genere ospedaliero, destinata alla programmazione nel 2008.

Un anno positivo anche per la fiction di RaiTre, che con le produzioni seriali *Un posto al sole*, anche nello spin-off estivo, e *La squadra*, realizzate in collaborazione con il Centro di produzione TV Rai di Napoli, continua a proporre storie strettamente ancorate alla realtà sociale.

Gli investimenti realizzati da Rai Fiction, pari a circa 270 milioni di Euro, oltre a rispondere agli obblighi di Servizio Pubblico per la promozione

dell'industria italiana dell'audiovisivo, sono serviti a offrire alla grande platea televisiva circa 600 ore di prodotto audiovisivo nazionale in prima visione assoluta, e ad alimentare un magazzino aziendale di prodotti ad alta replicabilità, in grado di essere utilizzati sempre più in un contesto multimediale.



Una maggiore e più coordinata programmazione della fiction Rai è infatti un fattore chiave del rafforzamento dei canali della controllata RaiSat, mentre i cartoni animati prodotti da Rai Fiction costituiscono il cuore dell'offerta del nuovo canale digitale terrestre Rai Gulp, che in poco tempo si è inserito tra i canali per bambini di maggior successo.

Per il pubblico di bambini e ragazzi, infatti, Rai Fiction produce cartoni animati, in collaborazione con società italiane ed europee. L'azione della Rai è stata all'origine della rinascita dell'industria italiana dell'animazione.

Il settore Cartoons di Rai Fiction è intervenuto in tutti i tipi di cartoni animati, puntando soprattutto sulle serie

classiche di animazione per la Tv, destinate ai bambini di età prescolare, ai ragazzi, ai giovani adulti, all'intera famiglia.

Le reti Rai trasmettono ormai in prevalenza cartoons di produzione europea e italiana mentre, solo pochi anni fa, quest'ultima era completamente assente dai nostri schermi.

Quello dei bambini, al di là di tutte le categorie dell'Auditel, è il pubblico più pregiato, dal punto di vista di ogni azienda che punti al domani, e ancor più dal punto di vista della formazione e della crescita civile del Paese.

Alla base di tutti i prodotti di Rai Fiction, e in particolare dei cartoni animati, c'è la consapevolezza di questa grande responsabilità.

*La fiction italiana ha conquistato il favore degli spettatori perché ha saputo entrare in sintonia con il Paese. E' riuscita a mantenere in racconto quel sentire profondo che lega gli individui e i pezzi di una società che, al di là delle fratture e delle differenze, rimanda a un bisogno d'appartenenza e alla necessità di una scena simbolica condivisa.*



## Rai Educational

*Un progetto editoriale articolato su più direttrici - la storia, l'arte, la scienza, l'economia, la società, la riflessione sulla televisione, i problemi dell'immigrazione - per indagare il presente, il passato e il futuro, attraverso immagini, testimonianze e documenti.*

*Un progetto, quello di Rai Educational, declinato su più piattaforme, dalla televisione generalista ai canali satellitari, da Internet ai DVD in edicola, dall'editoria, all'università e alla scuola. Un Servizio Pubblico inteso come servizio al pubblico, per contribuire a formare una consapevolezza di cittadini e di individui inseriti nel proprio tempo.*

**Rai Educational** nell'anno 2007 ha confermato molti titoli della stagione precedente e ha arricchito il palinsesto con nuovi programmi coerenti con la linea tematica ed editoriale che ha fatto di questa Direzione un riferimento essenziale nella missione di Servizio Pubblico della Rai.

Programmi in onda sulla tv generalista:

*La Storia siamo noi*, dal gennaio al dicembre 2007, è andato in onda con 356 puntate nelle collocazioni del mattino di RaiTre, in terza serata il mercoledì sempre su RaiTre e in seconda serata su RaiDue. Il filo conduttore è stato la linea editoriale riassumibile in tre parole: approfondimento, qualità, ascolti. L'approfondimento è la cifra che caratterizza e diversifica il programma rispetto all'informazione tradizionale ma è anche la scelta di analizzare gli eventi attraverso una prospettiva storica. Nel 2007 in particolare, questa linea ha prodotto puntate come *1945 nodo di sangue* sulle violenze compiute in Emilia Romagna dopo la fine della guerra, o come *Dal PCI al Partito Democratico* che, analizzando le radici del nuovo soggetto politico, si è imposta per giorni e giorni nelle analisi politiche dei principali quotidiani; inchieste importanti come quelle sulla strage di Bologna, sui fatti del G8 di Genova e sui cambiamenti nel mondo della televisione. Confermata anche nel 2007 la tendenza a un aumento delle puntate prodotte internamente: a titolo esemplificativo valga il dato delle seconde serate delle quali, su 51 messe in onda, 39 sono state prodotte dalla redazione.

Il programma ha vinto i seguenti premi:

- Premio Speciale della Giuria Categoria *Crime and Punishment* al DetectiveFEST IX Festival

Internazionale (Mosca, Russia - 18/23 aprile 2007);

- Premio Ilaria Alpi Giovani (Riccione, 7/9 giugno 2007);
- Premio Speciale Comunicazione per la Vita del Prix Italia (Verona, 23/29 settembre 2007).

*Un mondo a colori* ha proposto approfondimenti sui temi dell'interculturalità e dell'integrazione sempre più al passo con i tempi, con l'attualità e i fatti di cronaca. Agli spazi consueti nella mattina di RaiDue è stata aggiunta una collocazione settimanale su RaiTre, in seconda serata, con puntate della durata di 30 minuti che hanno ottenuto risultati di share superiori alla media di fascia, con punte di ascolto di 390.000 ascoltatori e il 10,5% di share. Il programma ha ricevuto il premio speciale Ilaria Alpi (Riccione 2007) e il premio del Festival Internazionale del Cinema d'Arte (Bergamo 2007).

*Economix*, nella terza serata di RaiTre, trenta minuti di approfondimento per affrontare i grandi temi economici e politici suggeriti dall'attualità.

Nello spazio del sabato mattina su RaiTre, dalle 9.00 alle 11.00, *Tv Talk* e *Art News* hanno consolidato il rapporto con il pubblico ottenendo ottimi risultati in termini di ascolto e di share (punte di 500.000 ascoltatori e share dell'11%). *TV talk* si è occupato di televisione e, nell'edizione 2007, ha rafforzato il taglio internazionale aggiungendo in ogni puntata al collegamento con la Rai Corporation di New York quello con la sede di Londra della tv araba Al Jazeera.

*Art news*, settimanale sull'attualità del mondo dell'arte e della cultura (italiana e non solo), ha raccontato i luoghi e il mercato dell'arte, gli artisti e le loro opere.

**1. Semaforo Verde**

*l'Economia che ci riguarda, condotto da Myrta Merlino*

**2. Al cubo****3. Fuoriclasse**

*intorno alla scuola con Giovanni Anversa*

**4. Il Divertinglese**

*in collaborazione con il MIUR*

**5. Un mondo a colori**

*le realtà multiculturali sul territorio italiano*

Arti figurative, cinema, teatro, danza, videoarte, grandi rassegne ed eventi internazionali sono i protagonisti di un magazine attento a tutto ciò che fa cultura.

Nella stagione 2007, la novità di Rai Educational è stata rappresentata da *E-cubo*, un nuovo progetto editoriale di Rai Educational sui temi dell'ecologia, dell'economia e dell'energia.

L'obiettivo è un ambizioso e innovativo progetto di comunicazione che si rivolge soprattutto ai giovani per sensibilizzarli su diversi temi - dai cambiamenti climatici al Trattato di Kyoto, dalle scelte energetiche nazionali al percorso verso una politica energetica europea comune, dalla bioarchitettura al dibattito sul nucleare - mettendo in evidenza l'importanza dell'etica del comportamento di ognuno ai fini del benessere collettivo e fornendo, alla fine di ogni puntata, un esempio concreto nazionale o internazionale di 'buona pratica'.

Da sottolineare un innovativo metodo di ricerca delle fonti: gli autori del programma hanno lavorato prevalentemente sui materiali e le informazioni trovate su Internet.

Per la campagna sulla prevenzione degli incidenti stradali, è stata realizzata una seconda serie del programma *Metticilatesta*, trasmesso nella fascia premattutina di RaiTre, e il nuovo programma *La Strada giusta*, in convenzione con il Ministero della Pubblica Istruzione, dedicato soprattutto ai bambini e agli adolescenti.

La vocazione alla multimedialità di Rai Educational si caratterizza per l'ideazione e la produzione integrata di progetti capaci di coniugare la produzione televisiva classica con le potenzialità offerte da Internet e dalla televisione digitale.

Il portale internet [www.educational.rai.it](http://www.educational.rai.it)

racchiude un patrimonio di contenuti prodotti negli anni, ricco di servizi e tool per gli utenti e si pone come uno strumento complementare e di approfondimento rispetto alle trasmissioni tv.



Per quanto riguarda invece i canali satellitari, il canale **RaiEdu1**, che nasce dalla collaborazione fra Rai Educational e il Ministero della Pubblica Istruzione, ha trasmesso 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, con 8 ore di prima trasmissione al giorno, con un palinsesto dedicato al mondo della scuola. Il canale è in onda anche sul digitale terrestre.

Le sue trasmissioni:

- *In Italia*, nuovo progetto, declinato in un pacchetto di strumenti/rubriche per la formazione pensati intorno a un prodotto centrale televisivo, costituisce il cuore di un'offerta dedicata all'alfabetizzazione e alla diffusione della lingua italiana di base per stranieri adulti di nuova residenza nel nostro Paese.
- *Il Divertinglese*, un progetto multipiattaforma (TV, Digitale satellitare e terrestre, Web) che ha aggiunto ai prodotti per facilitare l'apprendimento dell'inglese sin dai primi anni di scuola, prodotti utili all'apprendimento dell'italiano da parte dei bambini stranieri con l'obiettivo dell'integrazione culturale.
- *Medita*, il progetto dedicato alla diffusione di contenuti didattici per i docenti italiani sul canale satellitare, con la possibilità di fruire degli stessi materiali audiovisivi tramite un apposito portale internet.

- *FuoriClasse*, strumento utile all'orientamento scolastico e al passaggio dal mondo dell'istruzione-formazione al mondo del lavoro.
- *Esplora Scuola*, mirato a offrire agli studenti, ma anche a un pubblico televisivo più ampio, la cultura tecnico-scientifica, con particolare riferimento alla matematica e alle tematiche relative all'innovazione tecnologica.
- *Edustrada*, un progetto nato con l'obiettivo di educare i giovani, specialmente quelli di età compresa fra i 14 e i 18 anni, alla sicurezza stradale.



**RaiEdu2** è invece il canale che si rivolge a un pubblico più ampio, offrendo ogni giorno 4 ore di prima trasmissione con i programmi:

- *Magazzini Einstein*, alla sua terza edizione con una produzione di 70 puntate l'anno, ha riguardato eventi culturali, mostre, convegni, artisti, ma anche realizzato numerosi documentari d'arte;
- *Rewind - La TV a grande richiesta*: un ricchissimo palinsesto per il sabato e la domenica, con la televisione da non dimenticare, riproposta in un alternarsi di varietà, inchieste, sceneggiati, film TV ecc;
- *Cult book*, ha proposto libri importanti del presente e del passato attraverso una lettura per suggestioni visive, musicali e critiche;
- *Scrittori per un anno*, una galleria di ritratti di poeti e narratori ripresi nei luoghi a loro cari, ha offerto al pubblico il racconto in prima persona di ogni singolo scrittore, con la sua storia privata, la sua poetica, gli aspetti meno noti delle sue opere.

**1. Archivio storico Teche**

Enzo Biagi e Indro Montanelli

**2. la catalogazione delle Teche Rai**

interfacce interattive per la ricerca e la catalogazione



"Le **Teche Rai**, un grande futuro dietro le spalle": la frase, presa in prestito dalla biografia di Vittorio Gassman, si addice molto bene al lavoro di catalogazione e conservazione che le Teche Rai svolgono anche in linea con il dettato dell'articolo 14 del Contratto di Servizio 2007-2009.

dati di sintesi al 31 novembre 2007

**752.000**

ore di materiale televisivo consultabili

**688.000**

ore di materiale radiofonico consultabili

**10.400**

utenti registrati

**8.000.000**

ricerche effettuate nel 2007

*L'archivio della Rai è un patrimonio unico per l'azienda e un grande valore per il Paese: per questo l'UNESCO ha inserito le Teche Rai nel registro ufficiale della memoria d'Italia.*

L'obiettivo principale di questa attività è stato, fin dall'inizio, quello di documentare il materiale presente nei magazzini aziendali in modo tale da renderlo ricercabile nel modo più completo e rapido possibile, al fine di utilizzarlo per ogni genere di produzione e per tutti gli altri usi istituzionali e commerciali.

A tal fine è stato realizzato il **Catalogo Multimediale delle Teche (CMM)** che viene implementato ogni anno attraverso la documentazione digitale di tutto il trasmesso dalle reti televisive, dai canali radiofonici e dal progressivo recupero del materiale storico. Per la Tv viene recuperato, riversato e catalogato tutto il trasmesso dal 1954 in poi. Il CMM, grazie alla sua complessa ed evoluta tecnologia, consente di visionare il materiale di archivio presso ogni postazione aziendale sul proprio computer e ascoltare il materiale radiofonico.

Il 2007, per il processo di recupero della produzione storica, è stato un anno in linea con i precedenti, che ha confermato le ottime performance, pur in presenza di alcune tradizionali difficoltà riguardanti lo stato dei supporti.

Anche il settore delle teche radiofoniche ha portato avanti il recupero dei nastri non documentati e di quelli relativi al programma 3131, oltre alla digitalizzazione dei brani di musica sinfonica conservati presso il Centro di Produzione di Torino.

Alcuni cambiamenti significativi hanno riguardato, tra l'altro, l'**Archivio Diritti**, con un notevole incremento di attività per il costante aumento di richieste di certificazione dei diritti esistenti sui singoli prodotti, finalizzate all'offerta dell'archivio Rai sulle piattaforme satellitari e digitali di ogni tipo e per la commercializzazione su

Dvd, che ha avuto un forte incremento nel corso dell'anno.

Il progetto **Teca Aperta**, realizzato con il Coordinamento Sedi Regionali, è stato completato con l'avvio del servizio in tutte le sedi regionali e l'apertura della nuova modernissima bibliomediateca presso il Centro di Produzione di Torino nello storico palazzo della radio. Sono stati inoltre aperti due punti di consultazione del catalogo teche all'esterno dell'azienda, presso la Discoteca di Stato e nella bibliomediateca dell'Accademia di Santa Cecilia a Roma.

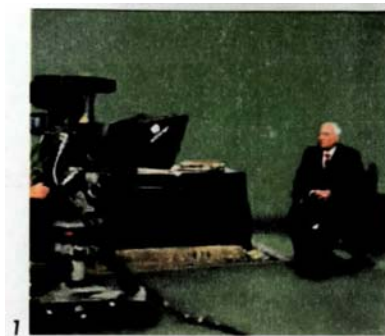
In continuo aumento il numero di ore di materiali ceduti a terzi per fini istituzionali (scuole, università, enti locali, istituzioni nazionali, associazioni senza fini di lucro, musei ecc.), con significative partecipazioni della direzione a rassegne di particolare importanza.

La direzione ha collaborato con Rai Cinema per la produzione del film documentario *In fabbrica*, che ha vinto il Premio Cipputi al Torino Film Festival e ha fornito un singolare contributo per la realizzazione delle iniziative organizzate in occasione della ricorrenza del Cinquantenario di Carosello.

Le Teche hanno un proprio sito Internet che nel corso dell'anno è stato rinnovato e implementato con oltre 1.000 clips video fruibili anche in formato flash e alcune in download gratuito.

Le Teche svolgono infine una propria attività editoriale attraverso l'apposita collana di libri della ERI: nel 2007 è stato pubblicato, con il Centro di produzione di Napoli, il volume *La fabbrica televisiva*.





**1. la costruzione del programma**  
le riprese di SuperQuark in chroma key per costruire una scenografia virtuale intorno a Piero Angela

**2. produzione e riprese**  
mezzi attrezzati per le riprese in movimento

## Produzione Tv

La **Produzione TV** rappresenta, in sintesi, la 'fabbrica' della televisione: creatività, professionalità e tecnologia a sostegno di tutto il processo produttivo per il conseguimento dei migliori risultati, garantendo gli elevati standard qualitativi del prodotto Rai.

I **Centri di Produzione**, distribuiti sul territorio nazionale (Roma, Milano, Torino e Napoli) sono organizzati in aree operative e, al di là delle differenze di dettaglio (ad esempio per Torino la gestione dell'Orchestra Sinfonica) la struttura organizzativa prevede l'area che si occupa delle Riprese, l'area, denominata Allestimento Studi, che si occupa delle scenografie e del reparto costumi e trucco, l'area della Postproduzione, ovvero grafica e montaggio, e l'area dei Servizi Tecnici.

In termini di risorse umane l'organico attuale della struttura Produzione TV è impegnato per circa il 7% in funzioni di supporto e organizzazione, il restante 93% in funzioni operative.

Sul fronte delle risorse tecniche, in particolare degli studi e delle platee in cui si realizzano le produzioni, la Produzione Tv dispone di 44 platee, distribuite fra Roma, Milano, Napoli e Torino, gestite da altrettante regie di cui 5 condivise e 6 mobili.

Per quanto concerne le riprese esterne, la Produzione TV dispone di 53 mezzi ripartiti fra mezzi di ripresa grandi e medi, mezzi mobili per il montaggio e mezzi mobili per i collegamenti a cui si aggiungono 25 stazioni satellitari, 24 apparati per le riprese esterne leggere,

2 regie in fly case (cioè 2 regie portatili che possono rapidamente essere inviate in qualsiasi luogo o situazione) e i mezzi per le riprese in movimento, di cui 8 mezzi trasmettitori da utilizzare sulle apposite motociclette e 2 mezzi riceventi in grado di ricevere e consegnare ai mezzi mobili di ripresa il segnale proveniente dalle motociclette (attraverso idonei ripetitori disponibili su elicotteri che si noleggiavano allo scopo).

La Produzione TV ha al suo interno la struttura di Ingegneria che, sulla base dei requisiti delle aree editoriali, gestisce e pianifica gli investimenti tecnologici e l'innovazione della totalità dei sistemi produttivi.

Nel corso del 2007, la Produzione TV ha registrato un ulteriore incremento della produzione televisiva dovuta sia all'arricchimento dell'offerta con il rafforzamento dei canali sul Digitale Terrestre, sia all'aumento delle ore trasmesse dei programmi di utilizzo immediato nel palinsesto delle tre reti generaliste.

Fra i programmi che maggiormente hanno impegnato l'attività della Produzione TV, vanno certamente menzionati il Tg1, con la sua nuova veste scenografica e grafica, e *Italia Live*, il primo programma itinerante di reportage in diretta.

Più in generale, anche il 2007 ha visto la Rai impegnata nel garantire l'informazione dalle aree di crisi con particolare attenzione all'attività delle truppe italiane dislocate nelle missioni di pace, permettendo una puntuale cronaca degli eventi e il necessario supporto tecnico e logistico ai giornalisti impegnati nelle zone interessate.

Sul fronte degli investimenti, coerentemente con le linee guida del piano industriale della Rai, è stato

avviato il progetto complessivo per la digitalizzazione delle News.

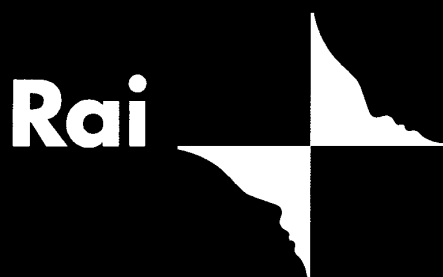
Il primo passo è stato l'ammodernamento, con tecnologie innovative, del sistema produttivo di RaiNews 24, seguito da tutte le attività preliminari per la digitalizzazione del Tg2.

Sempre nell'ambito dei sistemi per le news è stato avviato il rinnovo dei camcorder per le Sedi Regionali e sono state realizzate due stazioni satellitari digitali leggere con spiccate caratteristiche idonee alle esigenze dell'informazione, che si andranno a integrare alla flotta Rai. E' stato anche realizzato il nuovo impianto in digitale per le attività produttive da Montecitorio.

A Milano, si è proceduto a realizzare un nuovo polo produttivo presso via Mecenate con tre ampi studi, due regie digitali e relativi servizi di supporto. Nel corso del 2007, questi nuovi studi hanno ospitato le trasmissioni di punta di RaiDue, come ad esempio *Quelli che...*

E' proseguito, inoltre, l'adeguamento dei sistemi produttivi verso l'alta definizione attraverso la realizzazione di un automezzo attrezzato di ripresa con 14 telecamere, e con la prima fase di digitalizzazione dei sistemi di messa in onda di RaiUno, RaiDue e RaiTre compatibili con le emissioni DTT sia in 16/9 che in alta definizione.

PAGINA BIANCA



## **Area Editoriale Radiofonia**

### **La Radio**

#### **I canali**

Radio1 - Giornale Radio

Radio2

Radio3

Canali di Pubblica Utilità

Gr Parlamento



## Radio

Il posizionamento del mezzo radiofonico nel contesto dei media e il suo profilo di mercato nel 2007 confermano i punti qualificanti già evidenziati negli anni precedenti:

- audience generale in ulteriore crescita;
- crescente incidenza dell'ascolto in mobilità;
- ottimale complementarietà con l'utilizzo dei new media;
- incremento degli investimenti pubblicitari;
- evoluzione del broadcasting verso un modello multiplatforma (streaming, telefonia cellulare, podcasting ecc.).

A essi vanno aggiunti i primi test sperimentali di trasmissione digitale (standard Dmb) condotti da Rai Way su frequenze locali, in attesa di un piano organico di regolamentazione e assegnazione delle frequenze su base regionale.

### Ascolti

L'utilizzo del mezzo radiofonico è in aumento: l'audience generale rilevata da Audiradio è solita infatti a 38,6 milioni di ascoltatori nel giorno medio (+0,4% rispetto al 2006) e a 46 milioni nella settimana (+1,2%).

L'ascolto in mobilità acquista sempre maggiore rilievo: +27% nel periodo 2000-2007.

Un fenomeno che conferma la centralità della radio nella vita quotidiana della popolazione attiva e che compensa largamente la lieve flessione dell'ascolto domestico.

Per quanto riguarda RadioRai, **Radio1** con un leggero incremento (+0,4%) conferma il buon risultato del 2007 con 6.744.000 ascoltatori nel giorno medio, e consolida una leadership che risulta rafforzata dalle nuove proposte del palinsesto autunnale. Anche l'ascolto settimanale è in crescita (+1,8%).

**Radio2**, quinta in graduatoria, si attesta a quota 4.988.000 ascoltatori nel giorno medio, in calo rispetto al 2006 (-9,1%). Analoga la performance del dato settimanale (-6,0%).

**Radio3**, decima in graduatoria, riporta una sostanziale tenuta rispetto al 2006 con 1.943.000 ascoltatori nel giorno medio (+1,5%). Lievemente in calo il dato settimanale (-2,3%).

**Isoradio**, sedicesima in graduatoria, realizza una buona performance che la colloca a quota 1.177.000 ascoltatori nel giorno medio, in crescita sul 2006 (+5,6%) anche nell'ascolto settimanale (+1,2%).

Tra i principali network commerciali risultano in crescita: Rtl 102.5, Radio 105, Radio Italia Solo Musica Italiana, Radio Kiss Kiss, Radio 101, Radio24, m2o.

I progressi di Rtl 102.5, Radio 101 e Radio24 assumono un sensibile rilievo di mercato e di concorrenza con i canali RadioRai.

Andamento stabile o in calo per Radio DJ, Radio Monte Carlo, Radio Capital.

Il cosiddetto ascolto 'alternativo' (streaming, podcasting, cellulare) è stimato in forte crescita in tutta Europa. Secondo una ricerca Ofcom (Uk), in Italia il 30% degli utenti abituali della Rete dichiara di ascoltare la Radio on line, ma con limitati impatti sull'ascolto on air.

### Pubblicità

La crescita degli investimenti sul mezzo Radio è dell'8% circa rispetto al 2006. Gli investimenti del 2007 su RadioRai rimangono sostanzialmente invariati.

Rai e Sipra hanno siglato un accordo proposto dall'UPA (Utenti Pubblicitari Associati) alle maggiori concessionarie nazionali per migliorare la qualità e la trasparenza della comunicazione pubblicitaria.

Tra i punti qualificanti dell'intesa:

- definizione del numero massimo di messaggi per break;
- limitazione di fasce orarie e/o settori merceologici;
- certificazione del trasmissioni;
- compensazioni al cliente per eventuali anomalie.

Tra gli obiettivi qualificanti, la valorizzazione degli spazi in un mercato commercialmente sottodimensionato nel contesto dei grandi paesi europei.

### Integrazione con i new media

La contiguità della Radio con i new media si presenta per certi aspetti come una complementarietà pragmatica o funzionale, e può rivestire notevoli potenzialità sotto il profilo editoriale e commerciale.

Dunque i nuovi servizi proposti per adeguare la presenza dei prodotti della Radio sulle piattaforme digitali nel 2007 vedono accentuato il proprio rilievo:



**1. Viva Radio2**

Fiorello e Marco Baldini, il programma simbolo di Radio Rai

**2. filo diretto**

la radio... il mezzo più interattivo

**3. on air: il simbolo della radio****4. Il ruggito del coniglio**

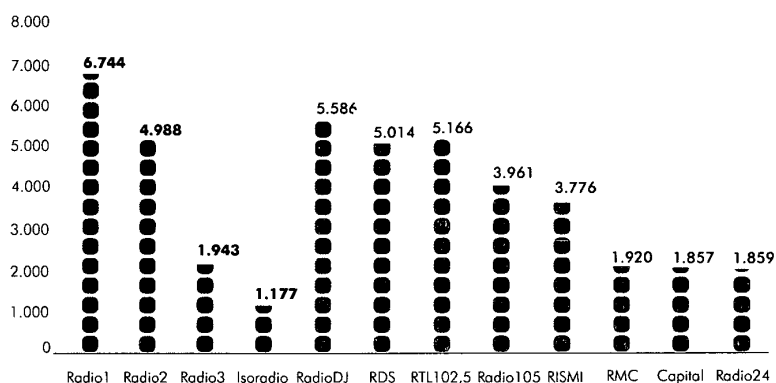
condotto da Marco Presta e Antonello Dose

- Podcasting: oltre 10 milioni di download per i migliori programmi di Radio1, Radio2, Radio3, con punte di 300.000 per settimana, in netta crescita rispetto al 2006. I file mp3 possono essere associati a messaggi pubblicitari ad hoc per campagne mirate su profili di utenza giovanili (esclusiva Rai - Sipra nel mercato radiofonico).
- Streaming live: ampliamento della capacità di banda per connessioni simultanee. Sperimentata in occasione del Festival di Sanremo, e consolidata dal successo di Viva Radio2 con Fiorello e Baldini (giugno), è stata estesa con modalità streaming video per alcuni programmi di Radio1 (ad esempio Radio anch'io).
- L'informazione sul mobile: 12 edizioni giornaliere del Gr1 per utenti Telecom. Avviata nel mese di maggio, in via di estensione ad altri operatori mobili.
- Tv Sat: Viva Radio2 con Fiorello e Baldini su RaiSat Extra (maggio-giugno).
- Web: duplicazione on line di Radio3 in occasione del Salone del Libro di Torino (maggio) con programmazione mista radio + web e solo web per utenti esclusivi.

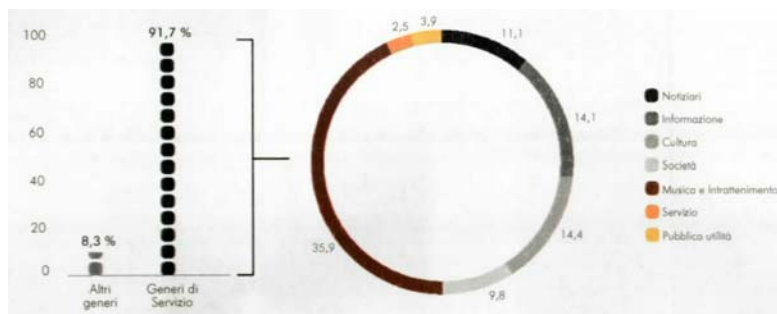
L'attenzione ai fronti evolutivi della produzione, della diffusione e del consumo radiofonico non trascura la centralità della Modulazione di Frequenza, che resterà ancora a lungo la risorsa trasmissiva dominante nel sistema italiano.

Mantiene infatti la sua priorità strategica il Piano di Miglioramento delle Frequenze FM, il cui completamento è oggetto di attento monitoraggio insieme con i connessi interventi sulla qualità tecnica del segnale e con i test di trasmissione digitale avviati da Rai Way su frequenze locali.

**Ascoltatori nel giorno medio**  
(fonte Audiradio)



**Programmazione radiofonica per generi**  
(fonte Direzione Radio - Ottimizzazione Palinsesti e Programmazione)



## 1. il Giornale Radio

## 2. la redazione di Radio1

## Ore di trasmissione

	2007	%	2006	%
Diffusione nazionale (analogiche)				
Radio1	8.609	10,7	8.609	10,7
Radio2	8.760	10,9	8.760	10,9
Radio3	8.760	10,9	8.760	10,9
	26.129	32,5	26.129	32,5
Diffusione locale				
- in italiano	5.430	6,7	5.383	6,7
- in tedesco	4.813	6,0	4.810	6,0
- in ladino	372	0,4	361	0,4
- in sloveno	4.541	5,7	4.560	5,7
- in francese	130	0,2	148	0,2
	15.286	19,0	15.262	19,0
Altri servizi				
isoradio	8.760	10,9	8.760	10,9
Gr Parlamento	5.510	6,4	5.110	6,4
Filodiffusione IV - V canale	13.140	16,4	13.140	16,4
Onda corta A - B	9.829	12,1	9.729	12,1
Notturmo Italiano (Rai International)	2.190	2,7	2.190	2,7
	38.929	48,5	38.929	48,5
<b>Totale</b>	<b>80.344</b>	<b>100,0</b>	<b>80.320</b>	<b>100,0</b>

## La mappa di Radio Rai

## Radio1

Informazione: Baobab - l'albero delle notizie, Questione di soldi, Radio anch'io, Zapping, Zona Cesarini, Tutto il calcio minuto per minuto serie A e B  
 Intrattenimento: Con parole mie, Ho perso il trend  
 Musica: Concerti di Radio1 (dal vivo), Speciale Festival di Sanremo, Demo, Tornando a casa, Radio City  
 Società: Italia, istruzioni per l'uso, La Radio ne parla, Pianeta dimenticato, Nudo e crudo  
 Cultura: News Generation  
 Servizio: Oggi duemila, Santa Messa, Ho perso il trend

## Radio2

Musica e Intrattenimento: Viva Radio2, Il ruggito del coniglio, 610 - Sei Uno Zero, Caterpillar, Gli spostati, Numero Verde, Chat, Ottovolante, Catersport, Il Cammello di Radio2, Concerti live  
 Società: Ventotto minuti, Condor, Fabio e Fiamma, L'altrulato  
 Cultura: Alle 8 della sera, Dispenser

## Radio3

Informazione: Prima pagina, Radio3 Mondo, Radio3  
 Cultura: Fahrenheit, Ad alta voce, Il Consiglio teatrale, Piazza Verdi, Radio3 Scienza, La via di Sigerico  
 Musica e Intrattenimento: Concerti Euroradio, I Concerti del Quirinale, Di tanti palpiti, Radio3 Suite, Storyville, Dottor Diembe, La Barcaccia  
 Servizio: Uomini e profeti



**Radio1** è il Canale dedicato alle notizie e all'informazione, con notiziari, rubriche e fili diretti su tutte le tematiche dell'attualità. Contiene inoltre le radiocronache e i commenti degli eventi sportivi, l'informazione regionale e locale, la programmazione per le minoranze linguistiche, le rubriche di servizio per la cittadinanza e le categorie svantaggiate.

Enrica Bonaccorti con *Tornando a casa*, Maurizio Costanzo con *L'uomo della notte*, e Giulia Fossà con *Nudo e crudo* sono tra le principali novità del palinsesto 2007.

*Tornando a casa*, in onda dal lunedì al venerdì (17.40-19.00), ha trattato argomenti di carattere sociale, economico, culturale, dai più pratici e contingenti ai più astratti ed eterni: dal carovita alla dignità, dal rapporto medico paziente alla certezza della pena, dalle raccomandazioni al carattere e tanti altri. Telefonate e sms sono espressione della partecipazione attiva degli ascoltatori insieme ai numerosi ospiti.

Dopo il Gr delle 24.00 Maurizio Costanzo, ne *L'uomo della notte*, sviluppa una riflessione con gli ascoltatori prendendo spunto da avvenimenti di attualità, iniziative culturali, programmi televisivi e altro ancora.

E' una trasmissione che nasce all'impronta, senza un canovaccio preciso, sull'onda del rapporto diretto con gli ascoltatori.



*Nudo e crudo*, quotidiano radiofonico di passioni, mode e debolezze, ha iniziato il suo ciclo martedì 18 settembre.

Nel suo spazio (10.35-11.45) ha messo in evidenza i problemi del nostro tempo, fatto emergere realtà sociali e culturali, dato voce a personaggi del mondo dell'arte, della scienza, della cultura, della politica e dell'economia. Ne è scaturita una società italiana in forte movimento: la generazione mille-euro, i giovani bamboccioni, la sfida del Web. Sotto la lente d'ingrandimento le città, Milano e Torino in testa, ma anche i non luoghi.

Anche le ricorrenze (il 1917, gli anni Settanta, il Sessantotto, il Quarantotto) sono state occasione di dibattito, di esame retrospettivo in chiave tutt'altro che nostalgica.

Alla scomparsa di Enzo Biagi è stata dedicata una puntata monografica per analizzare il valore del suo contributo all'informazione in un momento complesso e difficile per la carta stampata e per le radiotelevisioni. Lo sport continua a rappresentare un fiore all'occhiello di Radio1.

A trasmissioni storiche come *Tutto il calcio minuto per minuto* e *Zona Cesarini* si affiancano spazi specialistici dedicati agli sport minori (compresi quelli che non hanno di solito la ribalta dei media).

La musica e i suoi protagonisti qualificano il profilo generalista di Radio1, che nel 2007 ha ospitato, tra gli altri, i concerti di Ivano Fossati, Corinne Bailey Rae, Mario Biondi, Sergio Cammariere, Scissor Sisters, Madeleine Peyroux, Pearl Jam, John Legend, Elton John & His Band, Norah Jones, Ricky Martin, Joss Stone, Chiara Civello, Amy Winehouse, Manu Chao, Negramaro, Subsonica.

## GR Rai

Il **Giornale Radio** produce quotidianamente oltre 30 edizioni trasmesse su Radio1, Radio2, Radio3 (disponibili anche in streaming live), diversificate secondo il profilo editoriale e la vocazione tematica dei canali.

Le oltre trenta edizioni quotidiane del Gr1, con approfondimenti di cronaca, politica, economia, spettacolo, sport e la possibilità di modulare i palinsesti sui grandi avvenimenti d'attualità, sono la conferma della missione editoriale di Radio1, il canale dell'informazione.

Una squadra di inviati e radiocronisti raccontano in tempo reale quanto sta accadendo in ogni angolo del mondo: il 19 marzo per la liberazione del giornalista Daniele Mastrogiacomo, rapito dai talebani in Afghanistan, il 27 dicembre per l'attentato a Benazir Bhutto in Pakistan.

E ancora le inchieste di *Radio anch'io* sull'emergenza delle morti bianche, sugli 'ospedali dell'orrore', sull'emergenza rifiuti in Campania, gli immigrati, la moratoria sulla pena di morte, le nuove Brigate rosse.

Una costante attenzione all'attualità italiana e internazionale con trasmissioni e speciali di approfondimento sui nuovi scenari in Europa dopo il trionfo alle presidenziali francesi di Nicolas Sarkozy, sulla nuova offensiva del terrorismo islamico in Iraq, Pakistan, Arabia Saudita, Egitto, sulle proteste dei monaci buddisti per i diritti civili in Myanmar o i feroci scontri etnici in Kenya.

Un nuovo appuntamento si è aggiunto per l'approfondimento dell'attualità politica: *A tu per tu con i leader*, condotto dal direttore Antonio Caprarica nel tradizionale spazio mattutino di *Radio anch'io*.

Nel 2007 la presenza on line del Gr e di Radio1 si è notevolmente accresciuta: accanto al sito di Radio1 su [www.radiouno.rai.it](http://www.radiouno.rai.it) è nato il sito del *Giornale Radio* su [www.grr.rai.it](http://www.grr.rai.it), aggiornato in tempo reale con testi, immagini e numerosi elementi multimediali: tutte le principali edizioni dei Gr insieme alle ultime notizie che vengono archiviate in automatico, con possibilità di ricerca testuale. Particolare attenzione viene riservata a notizie, articoli e servizi audio sul mondo web nello spazio del Grweb News, presente nella home page.

**6.744** mila  
ascoltatori di Radio1 nel giorno medio



**Radio2** è il canale dell'intrattenimento e della musica leggera, impegnato a sviluppare un'offerta competitiva nel contesto della radiofonica commerciale con l'obiettivo di acquisire ascoltatori più giovani.

La programmazione di Radio2 è stata caratterizzata, nel primo semestre 2007, dal ritorno della coppia Fiorello-Baldini che ha ripreso la conduzione di *Viva Radio2* (marzo - giugno) segnando nuovi record di ascolto.

Il programma si è concluso con una spettacolare sfilata per festeggiare il successo della trasmissione che ha percorso le vie circostanti il Palazzo della Radio di via Asiago e che ha coinvolto anche Mike Buongiorno, ospite d'onore fisso del programma radiofonico.

Le immagini sono state riprese e trasmesse su tutti i principali TG nazionali. L'ultima settimana di *Viva Radio2* è andata in onda anche in tv sul canale RaiSat Extra.

Ma anche gli altri programmi di punta della rete hanno arricchito il palinsesto con eventi ed iniziative speciali. In primo luogo *M'illumino di meno*, la Giornata del Risparmio Energetico, giunta alla III edizione, col patrocinio del Ministero dell'Ambiente e del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali.

Il 16 Febbraio, infatti, durante la diretta di *Caterpillar*, si è assistito allo spegnimento temporaneo e simbolico, dell'illuminazione delle principali piazze e dei monumenti più significativi di tutta l'Italia, con il sostegno delle

amministrazioni locali di tutto il Paese, di istituzioni e di enti pubblici e privati. L'evento ha occupato pagine intere di tutti i principali organi di stampa.

Sempre a cura di *Caterpillar* si sono svolte le dirette, da Piazza S. Giovanni per il 'Concertone' del 1° Maggio, e da Senigallia (11-17 giugno), dove si è tenuto, a conclusione della stagione 2006-2007, il decimo *Caterraduno*: una settimana di concerti, incontri e trasmissioni speciali che si sono svolte alla presenza di migliaia di fedeli ascoltatori del programma.

*Il Ruggito del Coniglio*, la popolare trasmissione del mattino, ha proseguito negli appuntamenti *Conigli & Friends*, i tradizionali incontri dal vivo con il pubblico alternando gli incontri nella Sala A di via Asiago, con location esterne, tra cui gli incontri di maggio all'Auditorium di Roma in occasione del Festival della Filosofia.

La fascia oraria del centro mattinata, affidata al programma contenitore *Il Cammello di Radio2*, ha visto alternarsi alla conduzione diversi protagonisti dello spettacolo, ciascuno col proprio format radiofonico: *Chiamami Aquila* con Riccardo Rossi, *Siamo se stessi* con Neri Marcorè, *Grazie per averci scelto* con Marco Santin (Gialappa's Band).

Si è definitivamente consolidato l'appuntamento delle 17.00 con *610: Sei Uno Zero*, il programma comico-surreale di Lillo e Greg, con risultati di audience in crescita costante, così come *Condor*, il magazine pomeridiano creato da Luca Sofri e arricchito, da settembre, dall'apporto di Matteo Bordone.

L'estate ha visto in evidenza alcune nuove coppie di conduttori: Matteo Caccia e Laura Piazzi nel pomeriggio ferialo con *Barabba*, Gianni Fantoni e

#### 1. Sei Uno Zero

lo spettacolo è tutto. Tutto e tutti possono fare spettacolo. Programma con Lillo e Greg e Alex Braga

#### 2. Caterpillar

attualità, politica e satira su Radio2 con Massimo Cirri e Filippo Solibello

Federica Cifola nel weekend con *A piedi nudi*.

In dicembre il palinsesto serale è stato caratterizzato dal ritorno di Giorgia, in veste di conduttrice, cantante e mattatrice dello spettacolo natalizio di Radio2.

La sua presenza ha rivitalizzato la fascia della seconda serata.

Da segnalare, inoltre, il nuovo progetto per la fiction del canale, affidato, dopo un concorso di idee e una serie di test di ascolto, a un formato a lunga serialità: *Ch@t*, un progetto di Roberto Cavosi, che vede protagonisti in una quotidiana comunicazione virtuale una ordinaria figura femminile e una icona del romanticismo esotico come *Sandokan*, impersonato anche alla radio dalla voce di Kabir Bedi.

Di alto profilo gli incontri musicali con i protagonisti della musica italiana condotti da Vincenzo Mollica per la serie *Parole Parole*.

Si sono esibiti per Radio2: Laura Pausini, Nek, Tiziano Ferro, Cesare Cremonini, Carmen Consoli, Daniele Silvestri, Luca Carboni, Vasco Rossi, gli Stadio, Pino Daniele, Fiorella Mannoia, Francesco Renga, Franco Battiato.

Dal 28 al 30 maggio, infine, si è tenuto, a Salsomaggiore, *Cultivare il riso*, il seminario annuale di Radio2 dedicato quest'anno al tema del rapporto tra formati radiofonici e comicità.

4.988

ascoltatori